

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus & Junaidi (2020). Pengaruh Sosial Media (Instagram) dalam Meningkatkan Brand Awareness Kopi Kenangan. *Jurnal Prologia*, Vol. 4, No. 2, Oktober 2020
- Atmoko (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, 52 Hospitality and Recreation*, Vol 1(No 2).
- Ayalign & Sabally (2013). Determination of Chlorogenic Acids (CGA) in Coffee Beans Using HPLC. *American Journal of Research Communication*, Vol.1(2): 78-91.
- Aji, Nadhila, and Sanny (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 4(2).
- Elian (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Erlangga, dkk (2021). Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, Vol.12 No.
- Febrian (2020). Analisis Kepuasan Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran Dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 5 No. 1.
- Handika & Darma (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 15, No. 2, April 2018
- Johny K. Johansson (2010). *Global Marketing Strategy*. John Wiley & Sons, Ltd. All rights reserved, December 2010.
- Kotler & Armstrong (2003). *Dasar-dasar pemasaran edisi kesembilan*. PT. Indeks kelompok gramedia, Jakarta.
- M. Shabbir, A. Khan, R. Khan., Brand Loyalty Brand Image And Brand Equity: The Mediating Role Of Brand Awareness. *International journal of innovation and applied studies*, March 2017.
- Nurcholifah (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Journal Of Islamic Studies*, Volume 4 Nomor 1 Maret.

- Putri (2018). Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milineal Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jejaring Sosial. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Rondonuwu & Tamengkel (2016). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, Volume. 4(4), pp. 1–8.
- Rinandiyana (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh Generasi Milenial Pada Industri Kuliner Di Kota Tasikmalaya. *Skripsi Universitas Siliwangi*.
- Rashid Khan Assistant Professor, M. et al. (2021). Influencer Marketing on Instagram: Effects of Promotional Posts on Purchasing Behavior of Consumers. *Journal of Political Studies. Institute of Communication Studies University of the Punjab, Lahore, Pakistan*.
- Simamora (2019). Kemudahan Aplikasi dan Keragaman Produk dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja secara Online. *Jurnal Maneksi & Akuntansi dan Politeknik Negeri Medan: Akuntansi dan Politeknik*
- Sugiyono. 201. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta. Bandung*
- Tondang, B. W. (2018) ‘Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Pekanbaru’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.
- Tampubolon, M., Putri, Y. R. and Atnan, N. (2016) ‘Strategi Promosi Coffee Shop melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @crematology)’, *E-Proceeding of Management. Jakarta: Universitas Telkom*.
- Untari, D. and Fajariana, D. E. (2018) ‘Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)’, *Widya Cipta*, 2(2), pp. 271–278.
- Khan, Iqbal, Lodhi (2021). Influencer Marketing on Instagram: Effects of Promotional Posts on Purchasing Behavior of Consumers. *Journal of Political Studies*, Vol. 28, No. 1, January–June, Summer 2021
- Kurniawati & Arifin (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*, Volume 1 No.2 September 2015.